
Journal of Comprehensive Science
p-ISSN: 2962-4738 e-ISSN: 2962-4584
Vol. 3. No. 6, Juni 2024

**Strategi Peningkatan Daya Saing Ekspor untuk Menjadikan Indonesia
Sebagai Negara Eksportir Utama Dunia**

Muhammad Saddam Husein¹, Puput Rosita Febrianti²

¹Mentor Yayasan Sekolah Ekspor

²Mahasiswa Sekolah Ekspor

e-mail: saddamhusein979@gmail.com

Abstrak

Ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang atau jasa dari suatu negara ke negara lain untuk tujuan perdagangan di pasar mancanegara, yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara karena dapat memberikan pendapatan yang besar. Indonesia telah melakukan kegiatan ekspor dengan banyak jenis barang dan jasa, namun masih terbilang kecil dan kebanyakan industri yang melakukan kegiatan ekspor hanya industri-industri berskala besar. Pemerintah harus lebih memperhatikan industri-industri kecil seperti UMKM yang ingin melakukan kegiatan ekspor, karena masih terdapat beberapa masalah yang harus dihadapi oleh UMKM, seperti masalah legalitas, pembiayaan, produksi, dan pemasaran. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan beberapa strategi daya saing sebagai upaya peningkatan ekspor untuk UMKM, dengan pemberdayaan yang meliputi pendampingan, monitoring, dan evaluasi, sehingga pelaku UMKM dan eksportir dapat berkontribusi pada ekspor Indonesia yang semakin maju.

Kata Kunci: Daya Saing, Ekspor, UMKM

Abstract

Export is the activity of releasing goods or services from one country to another for the purpose of trading in foreign markets, which is very important in a country's economy because it can provide large income. Indonesia has carried out export activities with many types of goods and services, but it is still relatively small and most of the industries that carry out export activities are only large-scale industries. The government should pay more attention to small industries such as MSMEs that wish to carry out export activities, because there are still several problems that must be faced by MSMEs, such as issues of legality, financing, production and marketing. Therefore, this study aims to formulate several competitiveness strategies as an effort to increase exports for MSMEs, by empowering which includes mentoring, monitoring, and evaluation, so that MSMEs and exporters can contribute to Indonesia's increasingly advanced exports.

Keywords: Competitiveness, Export, MSMEs

PENDAHULUAN

Ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang atau jasa dari suatu negara ke negara lain dengan tujuan perdagangan di pasar mancanegara (Mulya et al., 2024). Ekspor menjadi sangat penting dalam perdagangan suatu negara karena dapat memberikan pendapatan yang besar dalam menggerakkan perekonomian (Hodijah & Angelina, 2021). Dalam konteks perdagangan internasional, ekspor sering kali digunakan untuk merujuk pada pengiriman barang atau jasa dari suatu negara ke negara lain (Risky & Hendra, 2023). Melalui ekspor, suatu negara dapat meningkatkan penerimaan devisa, mengembangkan industri, membuka lapangan kerja, serta memperluas pasar dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya (Rafi et al., 2023). Indonesia telah melakukan kegiatan ekspor dengan banyak jenis barang dan jasa, mulai dari agrikultur, kehutanan, hingga minyak dan gas (Maemunah, 2024). Saat ini, nilai ekspor Indonesia hingga saat ini masih didominasi oleh non migas (Sadiah & Ginting, 2024). Menurut data statistik dari BPS, persentase ekspor komoditas non migas Indonesia tahun 2020 mencapai 94,94% dengan nilai mencapai \$154.940,8 juta (BPS, 2021). Hal ini menunjukkan adanya potensi yang dimiliki oleh Indonesia dalam menguasai pasar ekspor dunia.

Sayangnya, fakta yang dilapangan tidak selaras dengan potensi yang ada. Hal ini berkaitan dengan ekspor Indonesia yang masih terbilang kecil. Kebanyakan industry yang melakukan kegiatan ekspor hanya industri-industri berskala besar. Hal tersebut karena pemerintah memudahkan mereka untuk melakukan kegiatan, baik produksi maupun penjualan, dengan kebijakan yang dibuat. Contohnya melalui Undang-Undang Cipta Kerja yang memudahkan perusahaan-perusahaan mendapatkan barang baku serta memudahkan syarat ekspor. Sementara itu pemerintah kurang memberikan pendampingan terhadap industri-industri kecil seperti UMKM yang ingin melakukan kegiatan ekspor juga. Hal itu ditunjukkan dengan nilai ekspor UMKM yang hanya 14,37% pada 2020 dan meningkat 15,69% pada tahun 2021 (Antara, 2022). Oleh karena itu pemerintah seharusnya lebih memperhatikan industri-industri kecil dengan segala keterbatasannya. Menurut Sri Mulyani, seperti yang dikutip oleh CNBC, terdapat beberapa hal yang menjadi masalah yang harus dihadapi oleh UMKM Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Pertama, masalah legalitas mulai dari NPWP, NIB, HAKI dan prosedur lainnya.
2. Kedua, masalah pembiayaan karena kesulitan akses ke lembaga keuangan dan perbankan nasional.
3. Ketiga masalah produksi dimana produk UMKM masih belum bisa menjadi produk standar global.
4. Keempat masalah pemasaran

Berdasarkan paparan tersebut dicetuskan permasalahan utama dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana strategi peningkatan daya saing ekspor untuk menjadikan Indonesia sebagai negara eksportir utama dunia?”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan beberapa strategi daya saing sebagai upaya peningkatan ekspor untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Sudah semestinya pemerintah lebih memperhatikan industri kecil, seperti UMKM untuk mengatasi keterbatasannya agar bisa meningkatkan persaingan produk-produk lokal ke pasar mancanegara. Perlu adanya, kegiatan pemberdayaan mengenai pendampingan, monitoring, dan evaluasi mendorong pelaku UMKM dan eksportir turut aktif berkontribusi pada ekspor Indonesia karena tidak dipungkiri, UMKM yang semakin berkembang secara terpadu akan menjadikan ekspor Indonesia semakin maju.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah jenis kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian berbasis angka yang mengolah data dari sumber-sumber terkait untuk diolah menjadi sebuah hasil. Penelitian kuantitatif biasanya melibatkan pengukuran dan penghitungan data dalam bentuk numerik, seperti survei, eksperimen, analisis statistik, dan pengumpulan data dari sumber-sumber lain yang menghasilkan data numerik. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder dengan penyebaran kuesioner untuk survei responden. Adapun pertanyaan yang diberikan yaitu:

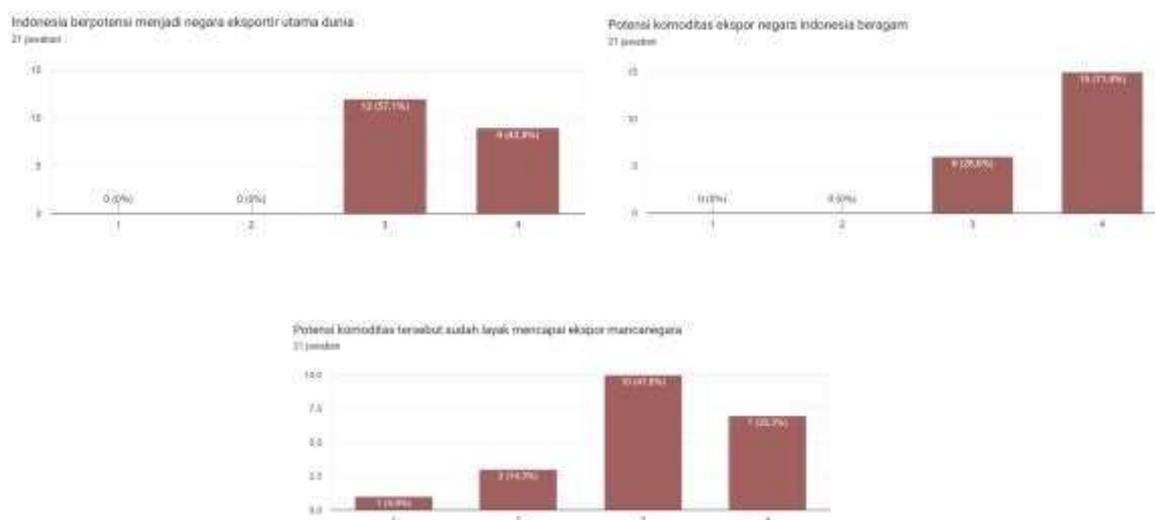
Tabel 1. Kuesioner Responden

Nama	Jawaban Singkat
Kegiatan/Pekerjaan	Mahasiswa Pelaku UMKM Eksportir Lainnya,...
Indonesia berpotensi menjadi negara eksportir utama dunia	Jawaban Skala: Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju
Potensi komoditas ekspor negara Indonesia beragam	Cukup Setuju
Potensi komoditas tersebut sudah layak mencapai ekspor mancanegara	Setuju
Pelaku UMKM sudah mampu melakukan kegiatan ekspor	
Pelaku eksportir sudah berperan aktif dalam kegiatan ekspor Indonesia	
Persaingan pasar mancanegara adalah tantangan dalam ekspor Indonesia	
Keterbatasan akses dan informasi mengenai pasar mancanegara adalah hambatan ekspor Indonesia	
Standarisasi produk tinggi dalam segmen pasar mancanegara adalah kelemahan ekspor Indonesia	
Kebijakan pemerintah mengenai ekspor Indonesia sudah mendukung dan memfasilitasi eksportir	
Kegiatan pemberdayaan mengenai pendampingan, monitoring, dan evaluasi mendorong pelaku UMKM dan eksportir turut aktif berkontribusi pada ekspor Indonesia	

(Sumber: Penulis, 2023)

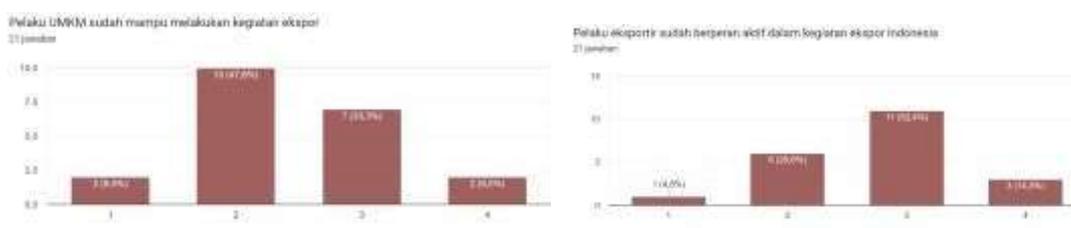
HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia sebagai salah satu negara ekspor yang mempunyai potensi kuat dalam komoditas yang beraneka ragam sudah seharusnya memanfaatkan keunggulan tersebut (SAHRONI, 2024). Namun, dalam implikasinya Indonesia masih kurang hal tersebut membuat nilai ekspor kecil. Padahal, berdasarkan survei yang dilakukan penulis mengenai potensi keunggulan Indonesia mereka cenderung mengatakan setuju. Di mana, survey dilakukan kepada 21 responden dengan pertanyaan-pertanyaan yang mengarah pada persetujuan pendapat antara potensi dan wawasan responden sebagai berikut:



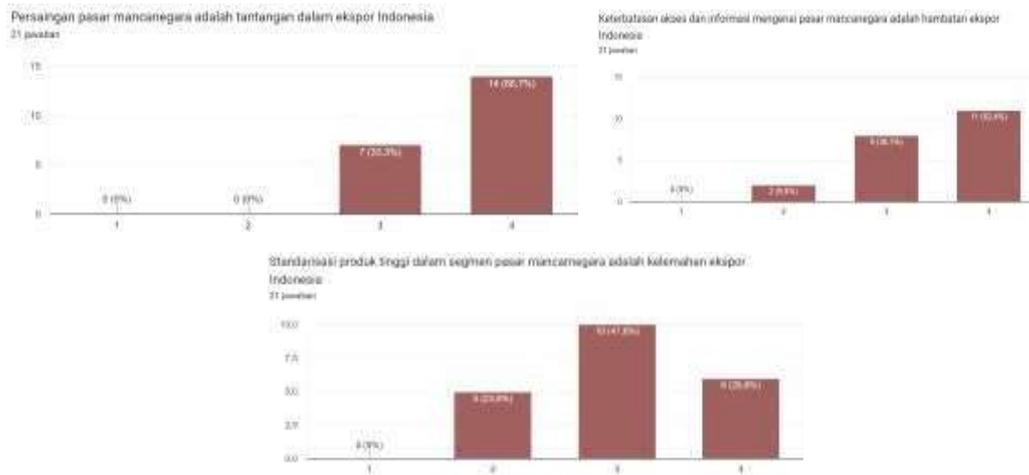
Gambar 1. Potensi Indonesia dalam Melakukan Ekspor (Sumber: Penulis, 2023)

Dari survei tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju atas potensi yang dimiliki oleh Indonesia. Namun, dalam implikasi nilai ekspor kecil dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Masih dalam rangka survei penulis, diberikan pertanyaan mengenai UMKM yang menunjukkan keadaan mereka maka diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar 2. Keadaan UMKM dan Eksportir Indonesia (Sumber: Penulis, 2023)

Rata-rata responden tidak setuju bahwa UMKM dan pelaku eksportir sudah belum siap melakukan ekspor. Maknanya, masih perlu adanya evaluasi yang dilakukan agar mereka bisa berdaya saing dan meningkatkan ekspor. Kemudian, selain permasalahan UMKM dan eksportir pemula, juga ada permasalahan lain yang menjadi alasan kecilnya nilai ekspor Indonesia yaitu sebagai berikut:



Gambar 3. Permasalahan Ekspor Indonesia (Sumber: Penulis, 2023)

Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa ada tiga permasalahan utama yang dihadapi ekspor Indonesia. Permasalahan pertama adalah persaingan pasar yang dianggap sebagai tantangan yang harus diatasi. Persaingan yang semakin ketat dari negara lain membutuhkan upaya untuk meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global. Permasalahan kedua adalah keterbatasan akses dan informasi yang dianggap sebagai hambatan dalam meningkatkan ekspor Indonesia. Keterbatasan akses dan informasi dapat mempersulit pengusaha dalam mencari pasar baru dan menjalin kemitraan bisnis dengan perusahaan di luar negeri. Permasalahan ketiga adalah standarisasi produk tinggi di pasar global yang menjadi kelemahan Indonesia. Standar kualitas produk yang masih rendah menjadi hambatan dalam meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global. Upaya untuk meningkatkan kualitas produk perlu dilakukan untuk memperkuat posisi Indonesia di pasar global. Dalam rangka mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, diperlukan upaya untuk memperkuat daya saing produk Indonesia di pasar global. Peningkatan kualitas produk, diversifikasi produk, dan peningkatan akses dan informasi menjadi hal yang sangat penting dalam meningkatkan ekspor Indonesia. Selain itu, upaya untuk meningkatkan standar kualitas produk juga menjadi prioritas yang harus dilakukan untuk memperkuat posisi Indonesia di pasar global.

Dalam mengatasi hal tersebut terdapat saran dari penulis untuk melakukan kegiatan yaitu sebagai berikut:



Gambar 4. Program yang dapat dilakukan oleh Pemerintah (Sumber: Penulis, 2023)

Berdasarkan hasil survey dapat diketahui bahwa kebijakan pemerintah dan pemberdayaan dapat mendukung UMKM dalam melakukan ekspor di Indonesia. Lebih lanjut dapat dilakukan program sebagai berikut:

1. Peningkatan akses dan informasi. Pemerintah berupaya meningkatkan akses dan informasi bagi UMKM dalam melakukan ekspor. Salah satu contohnya adalah melalui program e-commerce yang memberikan akses pasar global bagi UMKM melalui platform online.
2. Peningkatan kualitas produk. Pemerintah memberikan dukungan untuk peningkatan kualitas produk UMKM melalui pelatihan dan sertifikasi produk. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar global.
3. Pemberian insentif. Pemerintah memberikan insentif bagi UMKM yang melakukan ekspor seperti pembebasan pajak ekspor, penjaminan kredit ekspor, dan pembiayaan modal kerja.
4. Kolaborasi dengan pelaku ekonomi. Pemerintah melakukan kolaborasi dengan pelaku ekonomi seperti asosiasi industri dan perusahaan ekspor untuk meningkatkan kerjasama dan memperkuat jejaring bisnis UMKM di pasar global.
5. Pemberdayaan melalui koperasi. Pemerintah memberdayakan UMKM melalui koperasi sebagai sarana untuk mengembangkan produk dan memperluas pasar. Koperasi juga memberikan akses terhadap pembiayaan dan permodalan untuk UMKM.

Maka dari itu, jika ingin mendongkrak ekspor UMKM dalam menjadikan Indonesia sebagai negara eksportir dunia pemerintah harus mengembangkan UMKM. Pemerintah harus lebih memperhatikan industri-industri kecil seperti UMKM yang ingin melakukan kegiatan ekspor, karena masih terdapat beberapa masalah yang harus dihadapi oleh UMKM, seperti masalah legalitas, pembiayaan, produksi, dan pemasaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga permasalahan utama yang dihadapi ekspor UMKM Indonesia yaitu persaingan pasar, keterbatasan akses dan informasi, serta standarisasi produk tinggi di pasar global. Ketiga permasalahan tersebut dianggap sebagai hambatan dalam meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan upaya untuk memperkuat daya saing produk Indonesia di pasar global dengan peningkatan kualitas produk, diversifikasi produk, dan peningkatan akses dan informasi. Selain itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan standar kualitas produk sebagai prioritas yang harus dilakukan untuk memperkuat posisi Indonesia di pasar global. Dengan adanya upaya-upaya tersebut, diharapkan ekspor Indonesia dapat semakin berkembang dan memberikan dampak positif bagi perekonomian nasional. Hal yang dapat dilakukan pemerintah untuk mendukung UMKM dalam melakukan ekspor di Indonesia adalah pemerintah memberikan dukungan dengan cara meningkatkan akses dan informasi bagi UMKM melalui program e-commerce, meningkatkan kualitas produk UMKM melalui pelatihan dan sertifikasi produk, memberikan insentif seperti pembebasan pajak ekspor dan penjaminan kredit ekspor, melakukan kolaborasi dengan pelaku ekonomi seperti asosiasi industri dan perusahaan ekspor, serta memberdayakan UMKM melalui koperasi sebagai sarana untuk mengembangkan produk dan memperluas pasar. Dengan adanya dukungan dari pemerintah tersebut, diharapkan UMKM dapat semakin berkembang dan meningkatkan kontribusinya dalam perekonomian nasional melalui ekspor.

DAFTAR PUSTAKA

- Handini, M. M., & Sukesni, S. (2019). *Manajemen UMKM dan Koperasi Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai*. Jakad Publishing.
- Hodijah, S., & Angelina, G. P. (2021). Analisis pengaruh ekspor dan impor terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 53–62.
- Ikhwanti, F., & Aulia, G. F. (2024). Analisa Perdagangan Bebas Indonesia Dengan Singapura Dalam Pemenuhan Kebutuhan Pangan Singapura Serta Potensi Dan Ancamannya Bagi Indonesia Studi Kasus Sektor Peternakan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(4), 1053–1059.
- Maemunah, S. (2024). Pengaruh Produk Domestik Bruto, Inflasi dan Nilai Tukar terhadap Perdagangan Internasional Indonesia. *S-2 Ekonomi Syariah*.
- Mulya, H. F., Saputro, G. E., & Suwito, S. (2024). KEBIJAKAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI. NUSANTARA: *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 11(4), 1376–1386.
- Rafi, A., Darmawan, R. P., & Wikansari, R. (2023). Peran pemerintah meningkatkan perdagangan internasional khususnya ekspor. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(3), 1–10.
- Raharjo, J. R., Setyaningrum, I., & Djoemadi, F. R. (2021). Pertumbuhan Kegiatan Industri Pengolahan Skala Mikro Dan Kecil Di Indonesia. *Ekonomi Dan Bisnis: Berkala Publikasi Gagasan Konseptual, Hasil Penelitian, Kajian, Dan Terapan Teori*, 25(2), 66–71.
- Risky, A., & Hendra, H. (2023). Evaluasi Bisnis Internasional Di Indonesia. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2457–2463.
- Sadiyah, F. U., & Ginting, A. L. (2024). Pengaruh Perdagangan Internasional Ekspor Migas dan Non Migas terhadap Perdagangan di Indonesia. *Economie: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2), 77–91.
- SAHRONI, S. (2024). DETERMINAN EKSPOR BATU BARA INDONESIA KE CHINA. UNIVERSITAS JAMBI.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.